

Как построить бренд работодателя с 0

Ольга Березова
Employer Brand Manager

Обо мне



Не библиотекарь

Не журналист

От внутренних
коммуникаций
к Бренд-стратегу

5 лет в бренде
работодателя

Продуктовый финтех Quadcode

- Банкинг
- Платформа для трейдинга
- CIS и другие внутренние разработки

Команда холдинга — 750



Результаты 2021 года

EVP, платформа бренда и коммуникационная стратегия

27%

Узнаваемость

15

Статей на Хабре

16

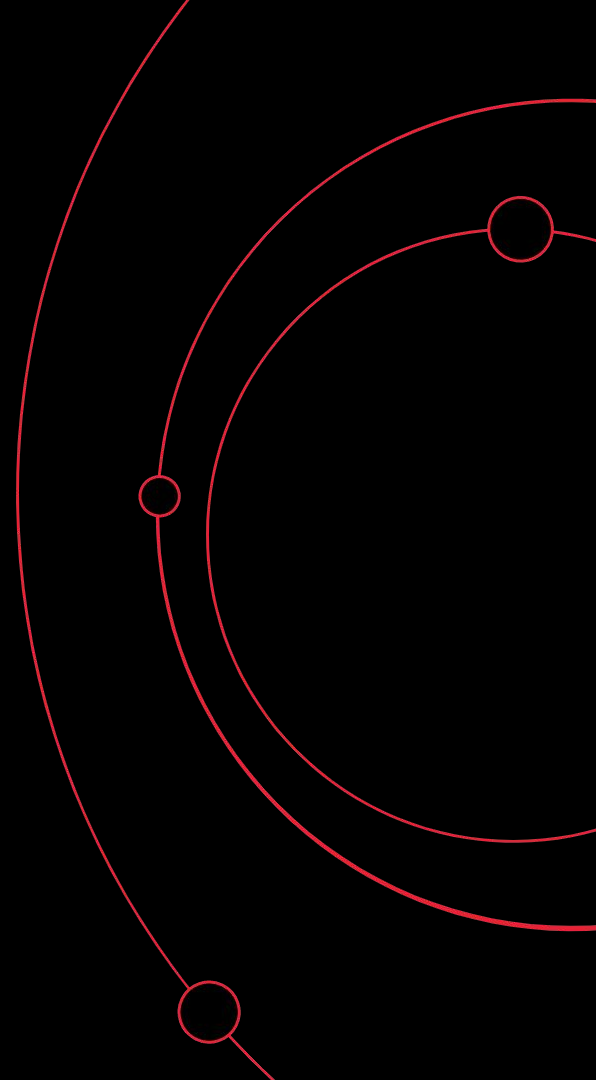
Выступлений
экспертов

5

Соцсетей

76 500

Просмотров статей



**Первые шаги бренд-менеджера
в новом бренде**



Бренд-менеджер

Стратегия

Копирайт

SMM

Дизайн

Developer Relations

Event-manager

Таргет

Фото/Видео съемка

Верстка



Бренд с 0. История Quadcode

Бизнес цель –
запуск нового бренда
Quadcode и выход на IPO

Бизнес задача –
развивать текущие и
формировать новые
финтех-продукты

Цель HR – проще
нанимать опытных
специалистов в ноунейм



Запускаем MVP



Формируем бренд-стратегию

Чтобы понять, как прийти из точки А
в точку Б? И что это за точка Б?



1 шаг: внутреннее исследование

Глубинные интервью с топ-менеджментом / HR / Маркетингом

Время – 2 недели (15 интервью)

Цель интервью – сформировать точку А и актуализировать ожидания

Примеры вопросов:

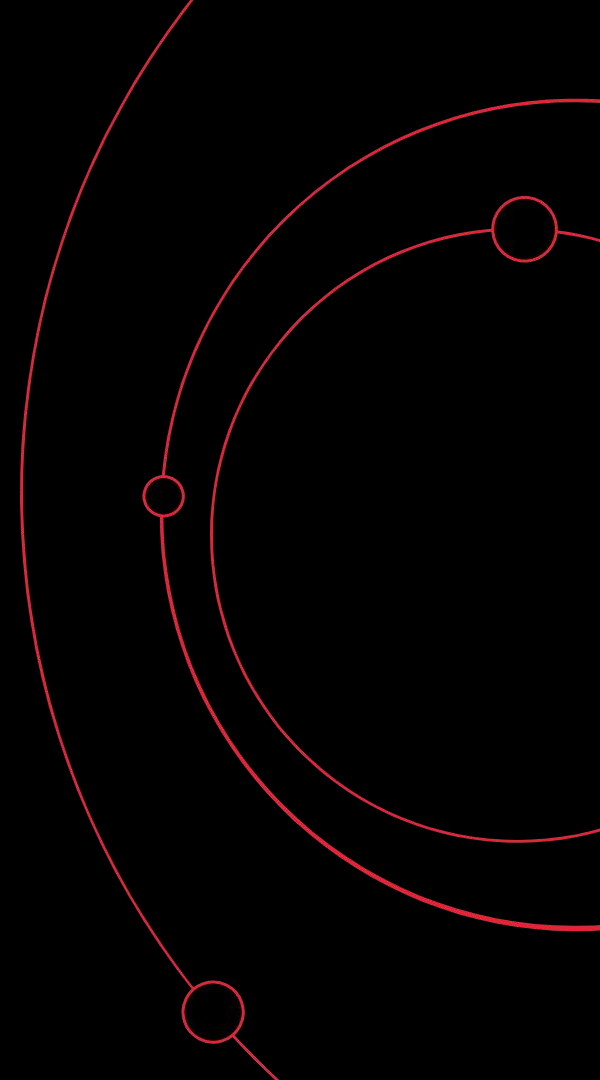
- Сколько раз за последний месяц вы сталкивались с этой проблемой?
- Почему развитие бренда важно для вас?
- Если бы сейчас у вас возникла потребность в решении данной проблемы, опишите последовательность своих действий?



2 шаг: анализ конкурентов

- Список реальных и желаемых конкурентов
- Сравнение: упоминаемость, число сотрудников, EVP, число внешних каналов, число ивентов, отзывы и др.

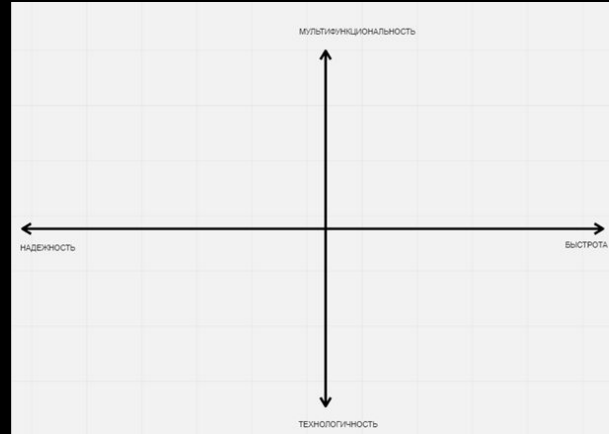
Время – 1 неделя (7 конкурентов)



Формат для анализа



Censydiam



Mapping конкурентов

| Категория | | Компания | Балл |
|-------------------------|---|----------|------|
| Бренд компании/HR бренд | | | |
| EVP | | | |
| Зарботная плата | | | 1 |
| Бизнес-процессы | общий образ | | 1 |
| | положительное | | |
| | отрицательное | | |
| | бюрократия | | |
| | неналаженные процессы («хаос») | | |
| | цифровизация | | |
| | коммуникация с управлением компании (СЕО, топ-менеджмент) | | |
| Рабочие процессы | общий образ | | 1 |
| | повышенное | | |

Оценка по баллам



3 шаг: изучение целевой аудитории

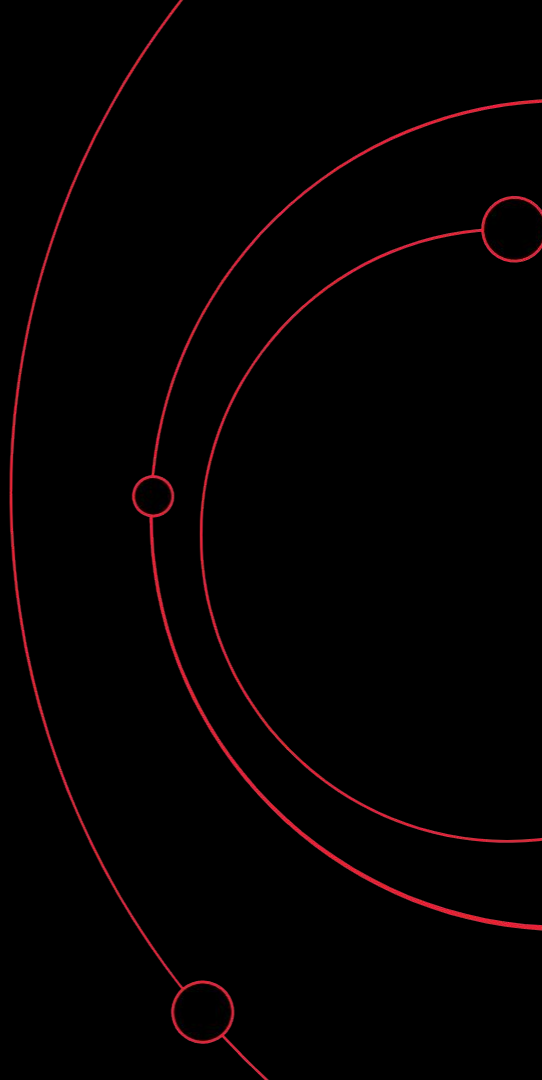
- Максимальная конкретизация ЦА
- Глубинные интервью новых сотрудников/потенциальных кандидатов

Время – 1,5 недели (20 интервью)

Цель – понять CJM и запрос аудитории

Примеры вопросов:

- Как вы нашли последнее место работы?
- Общались ли вы с компаниями-ноунеймами?
- Могли бы оценить наш сайт/соцсеть по 10 балльной шкале?



4 шаг: формирование концепции

Цель – выбрать идею, которая ответит на запрос ЦА и бизнеса

**Разделить
ответы по темам**

**Reason to Believe
(RTB)**

Инсайт

Гипотеза



4 шаг: формирование концепции

Цель – выбрать идею, которая ответит на запрос ЦА и бизнеса

Разделить
ответы по темам

Reason to Believe
(RTB)

Инсайт

Гипотеза

Аудитория

Инсайт

Предложение

Концепция/EVP





Пример

Middle Go Dev, QA, Data

Аудитория

Я хотел бы ходить
на корпоративы, но их
не прикрепил к резюме

Инсайт

Мы предоставим площадку
для обмена экспертизой

Предложение



4 шаг: формирование концепции



Цель – выбрать идею, которая ответит на запрос ЦА и бизнеса

| | |
|---------------------------------------|--|
| Разделить интервью по темам/интересам | Тема: Корпоративы - это здорово, но их не прикрепишь к резюме |
| Reason to Believe (RTB) | обучение сотрудников, лекции с известными спикерами, запуск блога на Хабре |
| Инсайт | Я бы хотел больше нетворкать. И лучше не в онлайн. |



4 шаг: формирование концепции



Цель – выбрать идею, которая ответит на запрос ЦА и бизнеса

Гипотеза

Мы верим, что вклад в продвижение образа эксперта даст наиболее эффективное вовлечение. **Чтобы проверить мы** активируем RTB и **измерим** число участников, просмотры и узнаваемость. **Эксперимент удачен, если** данные показатели увеличатся за год в 1,5 раза.



4 шаг: формирование концепции



Цель – выбрать идею, которая ответит на запрос ЦА и бизнеса

**Концепция/EVP =
аудитория + инсайт +
предложение**

Аудитория: опытные IT-разработчики.

Инсайт: Я бы хотел больше нетворкать. И лучше не в онлайн.

Предложение: Мы предоставим аудитории площадку для обмена экспертизой. Любой сотрудник Quadcode может поделиться экспертизой в удобном для него формате от TikTok до митапа. А потенциальные кандидаты могут выступить на нашей площадке и прокачивать личный бренд.





Quadcode - Финте

habr.com/ru/company/quadcode/blog/

Хабр | КАК СТАТЬ АВТОРОМ | Зарплаты айтишников | Бизнес никому ничего не должен: айтишники про долг перед обществом

Моя лента | Все потоки | Разработка | Администрирование | Дизайн | Менеджмент | Маркетинг | Научпоп

Объединяем финтех-экспертов

64.13 Рейтинг

Quadcode
Финтех-компания

ПРОФИЛЬ | **БЛОГ** | НОВОСТИ 1 | ВАКАНСИИ | ПОДПИСЧИКИ 40 | ЕЩЕ

Новые

vladimir_de сегодня в 13:11

TDD есть опиум для народа. Так ли хороша технология, как ее описывают адепты?
Блог компании Quadcode, Тестирование IT-систем, TDD*

ИНФОРМАЦИЯ

Дата основания

Сайт: spb.hh.ru

Численность: 201-500 человек

Дата регистрации: 26 мая

ССЫЛКИ

Наши вакансии на HH: spb.hh.ru

FACEBOOK

Quadcode
27,061 likes · 10,000+ followers

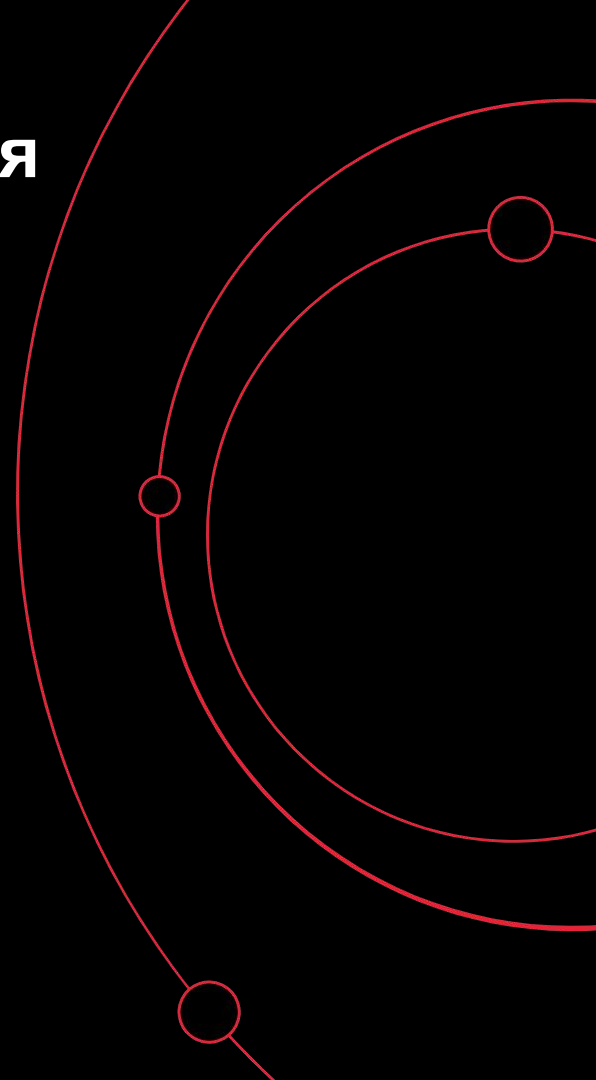
5 шаг: коммуникационная стратегия

Концепция + RTB + Анализ конкурентов

ТЗ копирайтеру: число площадок, число публикаций, дедлайны

Время – 2 недели

Участники: бренд-менеджер, копирайтер, креатор/арт-директор, яркий представитель ЦА

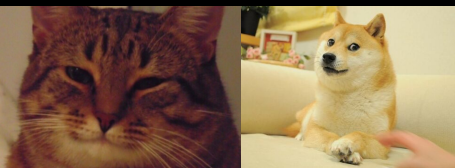
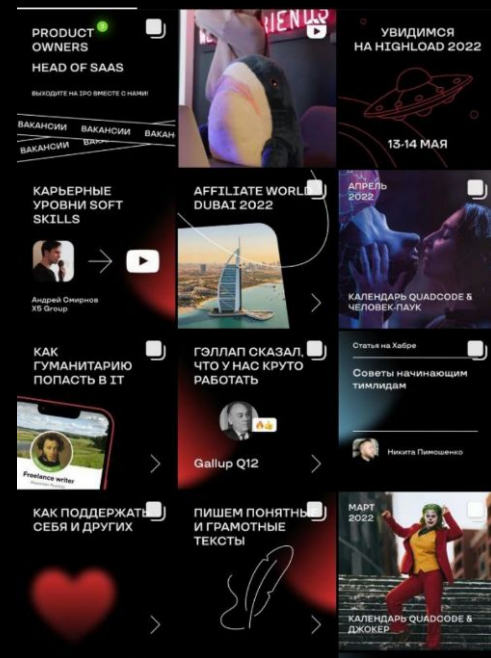
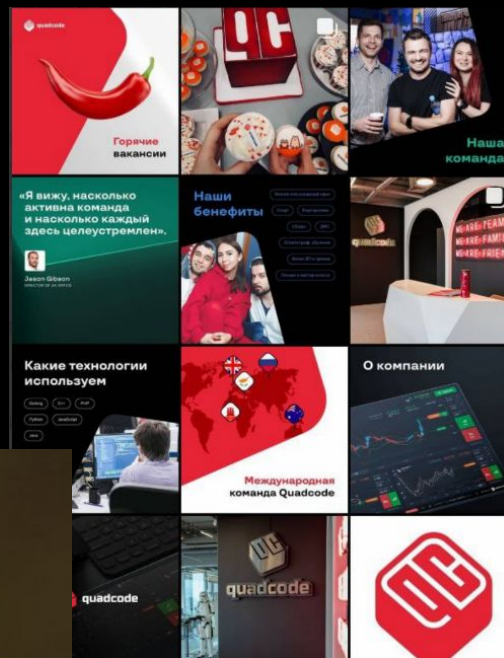


6 шаг: создаем фирменный стиль

Концепция + RTB + Анализ конкурентов +
Копирайт

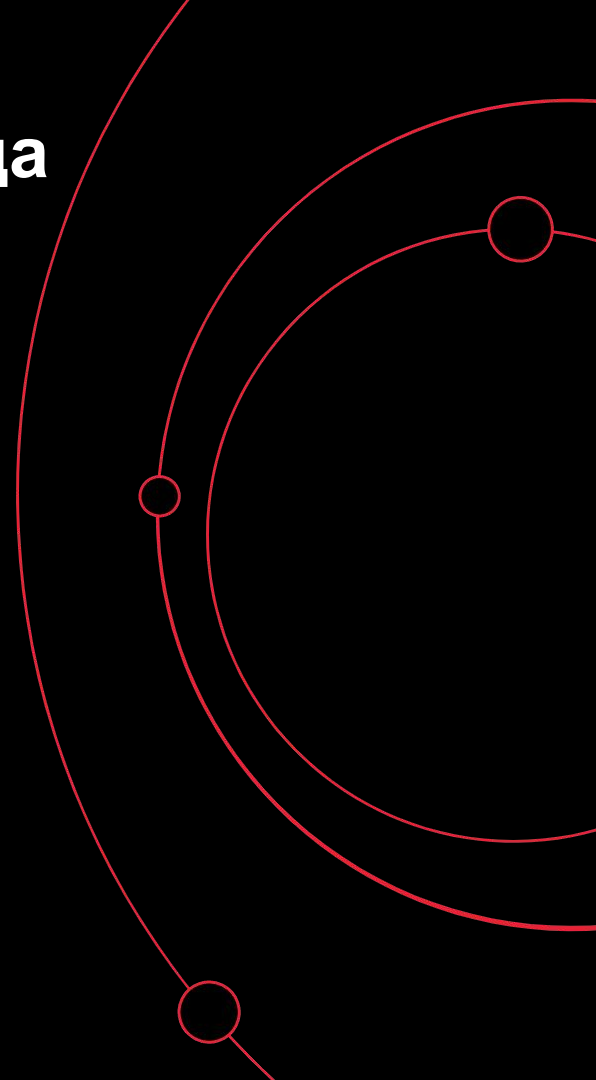
ТЗ дизайнеру: текстовое описание
стиля/референсы, виды площадок,
рубрики/контент-план

Время – 2 недели



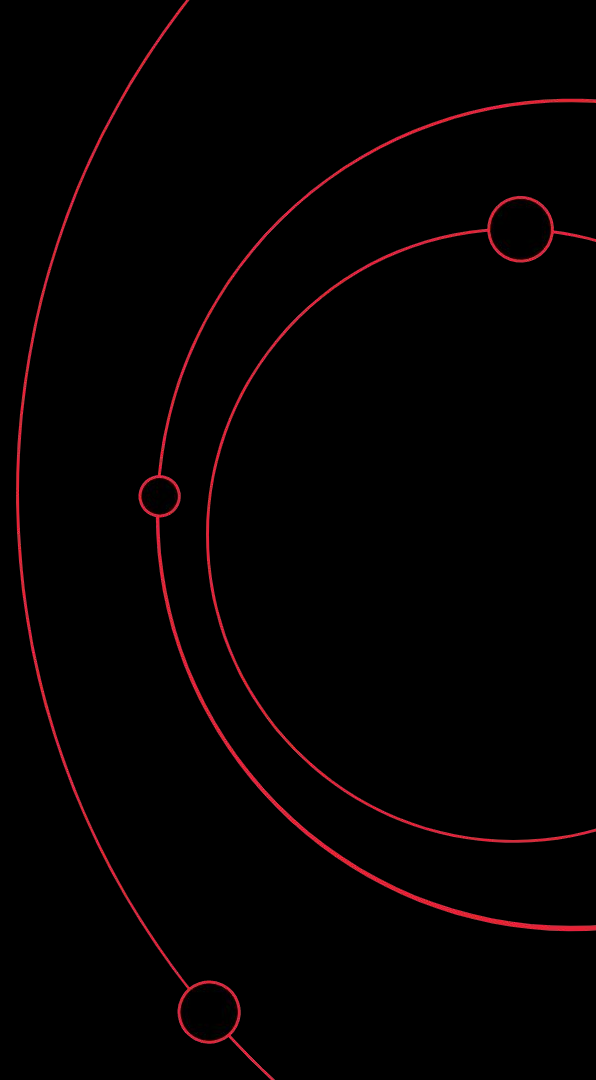
7 шаг: запускаем платформу бренда

- 1 неделя - претест у ЦА – 20 человек
- 3 недели - Запуск job portals и 1 внешнего канала
- Через 1 квартал - Запуск новых сайтов и выход в новые соцсети

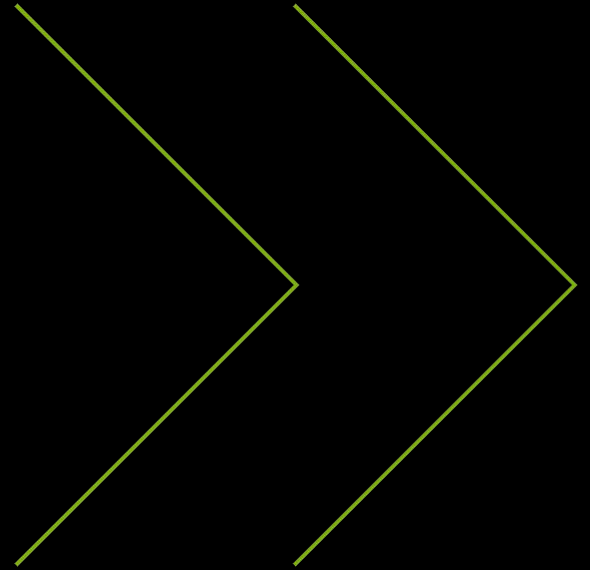


Как измерить результат?

- **через 3 месяца** – фидбек сотрудников, активность аудитории, прогнозирование динамики роста на след год и сравнение с бенчмарком конкурентов
- **через 1 год** – фидбек от HR, новых сотрудников, опрос внешних специалистов



**Какие барьеры
могут возникнуть**



Нереалистичные ожидания

Хочу, чтобы как Google! И у нас работали люди из Google!

Google – это x бюджет, x лет, x людей. У нас это есть? Круто, строим.

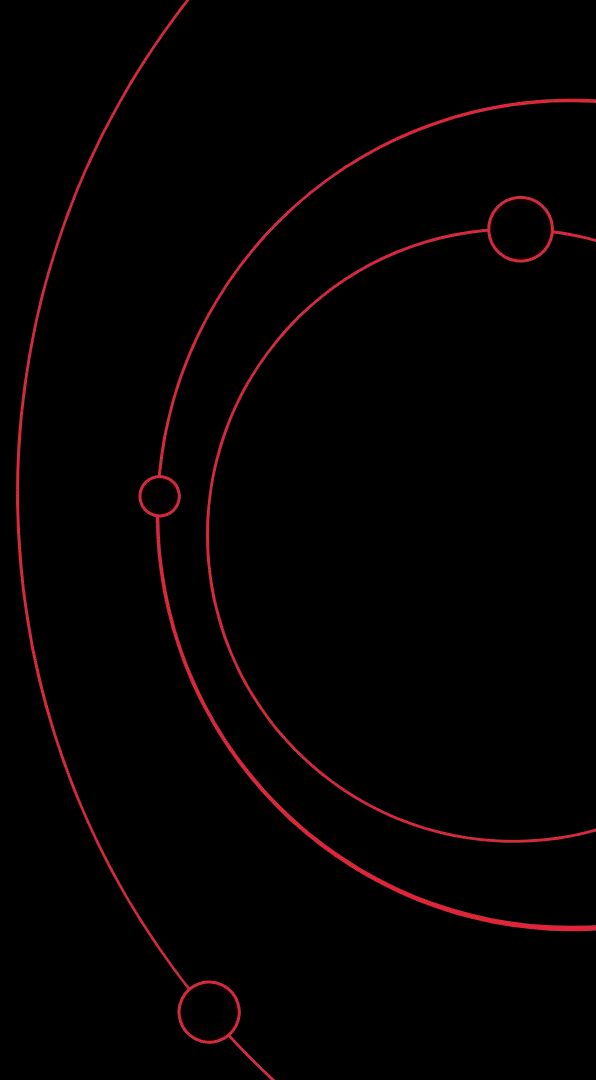
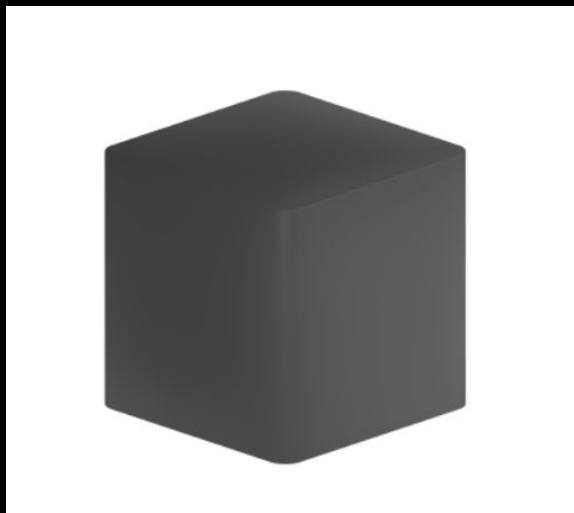
У нас этого нет? Тогда ищем реалистичную ролевую модель.



Что-то на дизайнерском

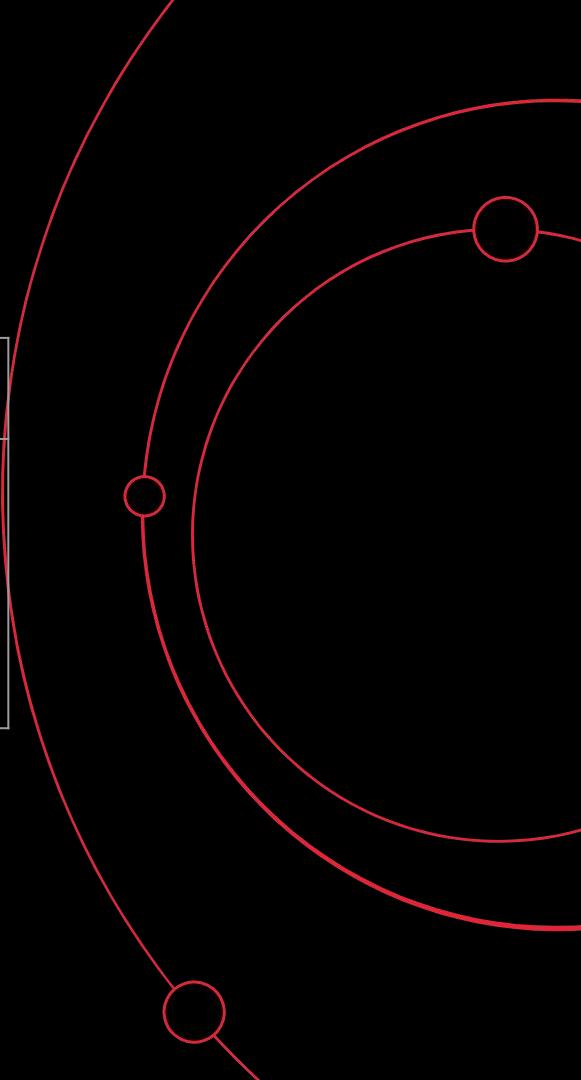


Что-то на дизайнерском

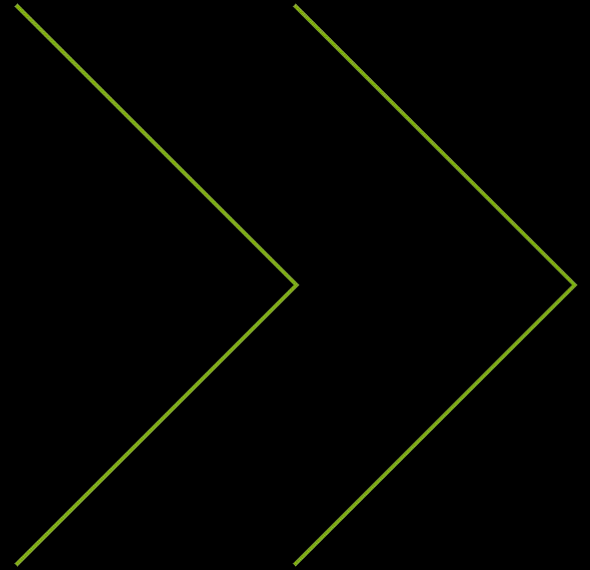


Искушение агентством

| ЗА | ПРОТИВ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">1. Не нужно увеличивать команду2. Быстрее, чем погружать нового сотрудника3. Большой кругозор и экспертиза | <ul style="list-style-type: none">1. Выше риск не попасть туда, куда нужно2. Цена3. Не заточены на запуск MVP |



**Приближаемся
к финалу**



Планы на 2022

- Запустить TikTok - done
- Запустить Medium, VC.RU - done
- Прокачать DevRel – in progress
- Нанять SMM-специалиста – in progress
- Выйти на рынок Кипра – in progress
- Увеличить узнаваемости до 38% – in progress



Итоги. Путь создания бренда работодателя с 0

1. MVP
2. Внутреннее исследование
3. Анализ конкурентов
4. Изучение целевой аудитории
5. Формирование концепции / EVP
6. Коммуникационная стратегия
7. Фирменный стиль
8. Запуск платформы бренда

Время — 3 месяца

Вопросы

Telegram:
[@olga_bere](https://www.telegram.com/@olga_bere)

